媒介技术视域下关于传统媒体转型的研究与思考

俞凌云
（杭州文广集团科技发展中心，浙江 杭州 310000）

摘　要：高速发展的现代化媒介技术改变了社会资讯的呈现方式，在社会媒介环境发生重大变化的背景下，传统媒体采用的落后经营方式阻碍了我国传媒行业的健康发展。为贯彻传媒行业转型发展战略，抓住新时代社会信息媒介融合给传媒行业带来的全新发展机遇，必须基于受众群体的多元化信息需求，推出全新的节目制作流程，重新定位节目的受众，合理利用传媒资源，基于不同类型的新媒体平台，投放高质量节目，满足不同类型观众的需求。本文主要分析了现代媒介技术的发展状况，指出了媒介技术的快速发展对社会媒介环境产生的影响，列举了传统媒体转型过程中遭遇的主要问题，总结了推动传统媒体转型、重塑社会传媒格局的正确措施。

关键词：媒介技术；传媒行业；媒体转型；媒介融合　　**中图分类号：**G613　　**文献标识码：**A
文章编号：1671-0134（2022）03-117-03　　DOI：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2022.03.037
本文著录格式：俞凌云 . 媒介技术视域下关于传统媒体转型的研究与思考 [J]. 中国传媒科技，2022（03）：117-119.

导语

进入新时代以来，移动通信设备获得普及应用，基于现代化信息技术构建的新媒体获得社会大众的欢迎，媒介技术在不同层面重构了社会传媒形式，我国传统媒体受到来自新媒体与先进媒介技术的冲击，受众规模缩减，社会关注度下降，为实现转型发展目标，传统媒体管理者必须在领会时代精神的基础上，更新总体经营理念，对现有的管理体制做出全面调整，重新定位自身的运营方式、社会职能，吸收来自新媒体与网络空间的优质资源。

1. 现代媒介技术发展状况分析

社会传媒环节的变迁取决于支持信息传播活动的媒介技术的发展，媒介技术决定了社会信息传播媒介的形态与属性，快速发展的媒介技术会对传统媒体产生巨大冲击，催生全新的媒介形态，促进不同类型传媒组织文化的形成与发展。人类社会最早使用的信息传播媒介是纸质文献或报刊、杂志，在进入 20 世纪以来，信息技术获得快速发展，媒介技术更新换代频繁，社会传媒形态具备多样性、复合性特征，信息在传播过程中不再受到空间、时间条件限制，传媒形式发生重大变化，以互联网技术为载体的新媒体平台获得快速发展，自媒体取代传统的广播、电视媒介，受到社会大众的欢迎与重视。网络时代媒介传播模式同时具备人际网络传播的双向性，也具备大众媒介传播的单向性，信息传播速度加快，受众可通过操纵手机、笔记本电脑等设备，随时随地获取最新的社会资讯。[1]

进入 21 世纪以来，媒介技术的更新迭代速度显著加快，微博、博客等新媒体平台出现，引领了 Web3.0 时代社会信息媒介的发展潮流，让网络媒介成为了传统媒体有力的竞争者，在网络上大众文化获得了全新的载体，网络用户能够大范围地参与到社会信息传播活动中，并随时组织开展网络互动，由此形成了跨越社会不同领域的虚拟化舆论场，参与主体具备多元化特征，管理难度加大，传统媒体丧失了对信息传播渠道的控制权，大众获得了新闻传播的话语权，可顺应自身兴趣设置议题，微博、微信、QQ 群组等集中化的社会媒体为普罗大众提供了更多发声渠道，自媒体经营者可根据受众需求制作节目，调整新闻书写风格，节目受众能够参与到信息采集、节目制作等环节的工作中，提出反馈意见。[2]

2. 媒介技术发展对传媒环境产生的影响研究

2.1　促进传播受众分化

在传统媒体时代，传统媒体经营者可基于现有的节目制作流程与审核程序，控制信息传播路径、表现方式，根据固有标准加工、编辑、选择信息，在充分整合各方信息后，通过现有的媒介路径传达给社会大众。在这一封闭的传媒生态环境中，社会大众只能被动地接收信息传播者提供的资讯，传播者与接收者之间并未建立密切的互动关系。随着现代网络技术的快速发展与逐步普及应用，新媒介技术改变了信息的传播路径，作为个体的基层群众可通过合理运用移动设备，生产信息并面向其他群众传递信息。自媒体时代信息接收者开始有能力扮演信息传播者角色，媒介技术的快速发展，改变了社会传媒环境，使得媒体节目的受众发生了分化，节目制作者针对不同类型受众的兴趣爱好，推出更多主题被细分的传媒节目，如专业化新闻网站、仅推出单一类型节目的广播电台等形式，受众的个性与兴趣逐步彰显。[3]

为保证信息质量，传统媒体设有多道审核程序，对基本新闻内容进行核查、比对，保证内容准确无误后才能投放到各个传媒平台播放。虽然传统媒体所提供的信

息质量较高、有着明确可靠的信息源，然而其发布社会信息的频率较慢，信息更新速度低于网络自媒体或网络传媒机构。新兴的网络传媒机构为社会大众提供的信息具备更高的时效性，能够基于移动客户端与网络空间进行快速传播。相关研究表明，我国人民每天使用电子设备的时间占休闲时间的一半以上，智能手机、平板电脑、笔记本电脑等电子设备的普及率较高，网络用户习惯于从移动客户端中获取最新社会信息，网络自媒体可基于不同的信息源，汇总、加工能够满足观众信息需求的资讯，社会大众对传统媒体的依赖逐步缩减。新媒体技术快速推广，改变了我国传媒行业的经营环境，社会大众从被动的信息接收者转变为主动的信息分享者，有能力按照自身兴趣爱好选择感兴趣的网络新闻节目。受众发生分化，不同类型的用户有着不同的信息需求，部分国内新媒体门户网站重构了信息传播流程，推出了分区制信息推送功能，即定期面向网络用户推送涉及某一领域的新闻信息，突出了信息传播的及时性与信息内容的全面性，形成了全新的信息生产方式。部分传统媒体未能随着时代发展与社会变化更新信息生产方式，习惯于遵循旧时代传媒行业坚持的"内容至上"的准则，不重视基于用户的个人信息需求为其提供量身定制的信息服务，导致受众规模不断缩减，信息传播效率降低。

2.2 社会信息传播内容发生变化

媒介技术的快速发展，推动了传播内容的变化，让信息生产者能够借助多种技术设备转换信息表现形式，选取展现个人生活与社会现实的节目主题。新媒体时代信息传播者可随机选择多数受众常见的生活现象作为题材，传播内容展现出扁平化、趋同化的特征。节目具体内容不再局限于政治、军事、外交等严肃话题，而是更多涉及娱乐、休闲、游戏等贴近普通民众现实生活的主题。内容生产者的身份呈现出多样化特征，精英文化被流行的网络文化、大众传媒叙事所消解。[4]

3. 新时代传统媒体转型面临的主要困难分析

3.1 转型战略缺乏清晰性

一些传统媒体未能根据社会媒介环境制定明确的发展战略，并未选择较为正确的媒介融合发展目标，传统媒体的运作模式较为僵化，投资回报率较低，无法吸引到充足的市场投资，其固有的广告招商盈利模式对投资人缺乏吸引力，不适应新时代社会媒介环境的发展，管理者忽视新媒体业务，未能投入足够的技术资源用于搭建在线信息传播网络，导致技术人员无法将大数据技术嵌入移动客户端之中，难以形成稳定、持续的发展模式。[5]

3.2 未能组建高素质人才队伍

新时代的传统媒体工作人员必须学会合理利用媒介技术传播重要新闻消息，重构社会大众获取信息、选取信息的路径，让社会媒介网络成为传统媒体信息渠道的一部分，消除媒介技术对社会媒介系统造成的负面影响，发挥理性思维，秉承技术效率原则，合理运用快速发展的信息技术。传统媒体用于推动转型战略实施的人力资源严重不足，新媒体人才储备量较少，缺乏具备较强内容生产能力、了解我国大众信息需求的专业人才。为实现传统媒体转型发展目标，必须面向社会招聘具备丰富工作经验的专业人才，保证其能够通过不同渠道搜集多种类型的社会信息并对其真实性做出精确判断。[6]

4. 媒介技术视域下传统媒体转型的路径

4.1 全面优化用户体验，推出高质量服务

传统媒体信息传播路径较为单一，多数受众只能通过电视、广播电台等受到时间、空间条件限制的有限渠道获得信息，传统媒体节目对新一代观众的吸引力较差，制作理念、审美标准较为僵化落后，无法迎合新时代社会大众的审美，难以满足青少年群体的信息需求，传统媒体经营者不了解观众的品位与个性爱好，实施线下抽样调查或问卷调查耗时费力，效果较差。在新媒体平台上，信息接收者可与其他网络用户进行在线讨论，发表自身的看法，提出针对节目质量的改进意见，节目制作方可在线上和提出意见的网友进行交流，拉近受众与制作方之间的心理距离，全面优化用户体验。为了弥补用户体验不佳、不了解受众需求的缺陷，强化传统媒体的市场竞争力与生存能力，必须在重构节目表现形式的同时，组织客服团队、宣传人员在线上和网络用户进行交流，在微信、微博、博客等新媒体平台上和节目受众进行互动，开设官方账号并定期发布与节目有关的资讯或预告，并与国内大型网络视频网站建立合作关系，组织多平台同步直播，在提升传统媒体收视率的同时，强化节目的影响力，让新时代的网络用户了解到传统媒体节目的艺术魅力与思想价值。电视、电台、报纸等传统媒体经营者还可定期录制并在新媒体平台上发布短视频，以儿歌、诗词的形式讲述每天发生的重大社会新闻，以此降低受众理解传媒节目的难度，扩大信息传播范围，改善观众的观赏体验，鼓励网络用户在线上讨论区就节目的播出方式、内容、主题进行互动交流，和节目制作组交换意见，促进新闻在互联网平台上的快速传播。

在媒介技术快速发展的社会环境下，传统媒体需要调整经营模式，建立全新的智能化新闻材料筛选系统与测评机制，提升新闻内容编辑速度，及时发现潜在的错误，快速校阅、订正新闻稿件。全面提升新闻发布速度，发挥传统媒体固有的内容质量优势，突出传统媒体所具备的公信力与良好的社会形象，整合信息渠道，汇聚信息资源，合理利用稿件素材，定期发布篇幅较短、内容全面的节目，推出形式多样的高质量传媒产品，扩大受众规模，提升传统媒体的社会关注度。

4.2 推动新媒体与传统媒体的全面融合

传统媒体的信息传播速度低于新媒体，传播范围较为狭窄，不具备突出的媒介效率优势，因此传统媒体经

营者需要主动转变经营理念，主动将新媒体技术融入传统媒体之中，全面提升信息传播速度，借助传统媒体的社会影响力与知名度，在新媒体平台上开设官方账号，吸纳更多网络用户，使之成为传统媒体的受众。例如报刊杂志在进入新时代后销量下降，受众减少，社会关注度不足，此类传统媒体可建立新媒体运营部门，面向网络用户推出电子化杂志，并在线销售报纸的电子版合订本。通过在新媒体平台上定期发行数字化电子报刊，可拓展报纸等传统媒体的信息传播范围，全面提升传统媒体的社会知名度与在网络空间中的影响力，解决了信息传播渠道狭窄的问题，让纸质报刊与数字化电子报刊同步发售，在提升报纸销量的同时，扩大受众群体规模。

4.3 根据受众爱好推出特色节目

在媒介技术获得快速发展的社会环境下，为扩大传统媒体的市场份额，推动传统媒体合理转型，需要重构节目制作流程，针对潜在受众推出富有特色、内容充实的节目，在做好本职工作的前提下，提升节目质量水平。传统媒体要发挥固有优势，推出独具风格、个性突出的网络节目，举办如选秀、旅游、才艺竞赛等质量较高的特色综艺节目。在节目中添加观众互动环节，面向匿名、分散在不同地区的网络用户征求节目改进意见，细分观众群体，针对有着不同爱好的观众推出侧重点不同的传媒节目。简化节目制作流程，选择使用明确、清晰的节目主题与艺术表现形式，面向观众传达深层次的社会信息，改善观众的情感体验，重塑社会大众的价值观。传统媒体经营者应汇聚不同类型的可利用媒介信息，调整服务方式，选择正确的服务对象，整合多样性媒介内容，准确定位发展思路与运营方式，与有着一定行业发展优势的新媒体平台建立合作关系，让传统媒体拥有的优质内容在网络化社会媒介中快速传播。

传统媒体可以组织开展覆盖范围较广的市场调研活动，分析电台、电视、杂志等传统信息媒介的受众规模与市场发展空间，重新定位节目的价值与社会意义，以满足观众需求为核心目标，针对有着相同爱好与个性的受众，推出高质量的节目，不断优化内容，引入来自国内外的优质资源，例如聘请明星担任电台主持人、举办在线专家讲座等，提升传统媒体对社会大众的吸引力。新时代的传统媒体具备节目制作水平高、信息传播渠道稳定等优势，传统媒体管理者应认识到自身的特殊优势，利用现有的信息传输网络，精确投放新闻信息，搜集并合理配置多样性的新闻素材，结合微观思维与宏观理念，强化传统媒体节目对社会大众的影响力，保证素材的真实性。传统媒体还可引入先进的3D成像技术、虚拟现实技术，丰富电视节目的内容展现方式，强化受众的体验感，提升传统媒体对观众的吸引力。

4.4 整合人力资源，组建高素质采编队伍

传统媒体需要整合各方资源，在调整节目风格的同时，基于全新的经营理念，招募并选拔思想超前、经验丰富的优秀人才，使之承担新闻节目制作、在线宣传、资料搜集等多种工作。全面贯彻先进的组织理念，让传统媒体的经营活动获得高质量人力资源的支持。经营者可设立独立的新媒体宣发机构，组建专业素养较高的人才队伍，让负责新媒体采编工作的传媒工作者在实践中积累经验，逐步掌握高层次的摄影、播音技能，提升节目质量，加快新闻资料编辑速度。

结论

媒介技术的快速发展，将社会媒介环境引入新媒体时代，传统媒体的经营环境发生变化，社会大众可通过不同渠道获取最新的新闻消息，为推动我国传媒行业的快速发展，传统媒体需要选择全新的传播手段，调整新闻传播形式，基于全新的虚拟化网络平台，投放宣传广告或节目，主动与新媒体融合。从现实出发，构建面向传媒市场的综合性信息传播网络，全面整合可利用的新闻资源，构建配套的节目制作流程与传媒资源开发机制，组建专业化的新闻采编队伍。媒

参考文献

[1] 何震．媒介环境学视域下地域文化的新传播路径探析——以贵池傩文化为例 [J]. 哈尔滨学院学报，2021（7）：91-95.
[2] 王瑜．技术 渠道 用户——基于传统媒体媒介融合进程的反思 [J]. 当代电视，2021（7）：104-107.
[3] 李静亚，谢群喜，王润斌．媒介生态学视域下奥运会的社会化传播转向——兼论对北京 2022 年冬奥会传播的启示 [J]. 成都体育学院学报，2021（4）：129-135.
[4] 陈姝睿．新型主流媒体视阈下县级融媒体中心的破垒与立局——以象征性互动理论为视角 [J]. 传媒，2021（7）：39-41.
[5] 陈坤．探索媒介技术驱动下的传统媒体转型路径 [J]. 新闻研究导刊，2020（11）：252-253.
[6] 刘筱云．媒介技术视野下电视新闻节目内容生产与融合传播研究 [D]. 兰州：西北师范大学，2020.

作者简介：俞凌云（1977-），女，工程师，副高，研究方向：后期制作。

（责任编辑：张晓婧）